

## **PENGARUH SANKSI DAN KESADARAN PAJAK TERHADAP KEPATUHAN WAJIB PAJAK ONLINE DI MALANG DENGAN MODERASI PENGETAHUAN PAJAK**

**Nabila Nur Wardani<sup>1</sup>; Sri Andriani<sup>2</sup>**

Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang<sup>1,2</sup>

Email : nabilanurwardani103@gmail.com<sup>1</sup>; sriandriani@akuntansi.uin-malang.ac.id<sup>2</sup>

### **ABSTRAK**

Tujuan penelitian ini untuk menilai sejauh mana sanksi pajak dan tingkat kesadaran wajib pajak memengaruhi kepatuhan pajak di kalangan pelaku bisnis daring. Selain itu, studi ini juga menelusuri peran pengetahuan perpajakan sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kedua komponen ini dengan kepatuhan pajak wajib. Mekanisme yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelaku usaha berbasis online sebagai responden. Perangkat lunak SmartPLS digunakan untuk melakukan analisis data dengan metode Partial Least Square (PLS). Studi ini menunjukkan bahwa tingkat kepatuhan wajib pajak dipengaruhi secara signifikan oleh kesadaran pajak dan sanksi pajak. Di sisi lain, pengetahuan perpajakan terbukti memperkuat hubungan antara sanksi pajak dan kepatuhan, menunjukkan peran moderasi yang positif. Namun demikian, pengetahuan perpajakan tidak menunjukkan peran moderasi dalam kaitannya antara kesadaran pajak dan kepatuhan pelaku bisnis online. Hasil ini menekankan pentingnya peningkatan literasi perpajakan di kalangan pelaku bisnis daring untuk mendorong kepatuhan sukarela terhadap kewajiban perpajakan mereka.

Kata kunci : Sanksi Pajak; Kesadaran Pajak; Kepatuhan Wajib Pajak; Pengetahuan Pajak

### **ABSTRACT**

*This research seeks to examine how tax sanctions and taxpayer awareness influence the tax compliance behavior of individuals engaged in online business. In expansion, the study examines the moderating role of tax knowledge within the relationship between these factors and citizen compliance. A quantitative research design is applied, utilizing a survey method in which questionnaires are distributed to online entrepreneurs as the sample respondents. Data is analyzed using the Partial Least Squares (PLS) technique through the SmartPLS software. The discoveries uncovered that tax punishments and mindfulness have a noteworthy effect on tax compliance. In expansion, tax knowledge successfully moderates the relationship between tax punishments and compliance, expanding the positive relationship. On the other hand, tax knowledge does not directly affect the relationship between citizen mindfulness and tax compliance among online commerce members. These results highlight the crucial need to improve tax literacy among online business operators to foster greater voluntary compliance with tax regulations.*

*Keywords : Tax Penalties; Tax Awareness; Compliance; Tax Knowledge*

## PENDAHULUAN

Kepatuhan pajak menggambarkan keadaan ketika seorang wajib pajak secara konsisten memenuhi komitmen tanggung jawabnya yang dibebankan kepadanya serta memanfaatkan hak-hak perpajakan yang dimilikinya secara tepat. Kepatuhan sendiri dapat diartikan sebagai tindakan yang dilakukan atas dasar harapan akan mendapatkan imbalan atau untuk menghindari hukuman maupun sanksi yang mungkin dikenakan (Pawama et al., 2021). Salah satu bentuk nyata dari kepatuhan pajak tercermin melalui kesiapan serta kemauan wajib pajak dalam menaati ketentuan dan regulasi perpajakan yang berlaku. Tingkat kepatuhan ini menunjukkan sejauh mana kesadaran wajib pajak dalam menjalankan kewajiban perpajakan sesuai peraturan yang berlaku. Sebagai komponen penting, kepatuhan pajak memegang peranan strategis dalam membantu pemerintah meningkatkan pendapatan negara dari sektor perpajakan. (Guna et al., 2022). Dengan meningkatnya kepatuhan pajak, penerimaan negara dapat dikelola secara lebih efektif, sehingga mampu menopang pembiayaan pembangunan dan berbagai program pelayanan publik. Dengan demikian, upaya untuk mengembangkan kesadaran serta kepatuhan terhadap kewajiban pajak menjadi hal krusial dalam menjamin kelangsungan dan efektivitas sistem perpajakan di tingkat nasional.

Dengan seiring perkembangan zaman dan era digitalisasi yang semakin maju, pada dunia koneksi komunikasi terdapat usaha yaitu bisnis online. E-commerce merujuk pada aktivitas transaksi ekonomi di mana penjual dan pembeli melakukan kesepakatan melalui media elektronik khususnya internet, terkait harga serta pengiriman produk atau jasa tertentu dan menyelesaikan proses transaksi melalui pembayaran serta pengiriman sesuai dengan kesepakatan yang telah dibuat. (Disemadi & Prasetyo, 2021). Pandemi Covid 19 baru-baru ini telah menjadikan e-commerce sebagai pilihan yang lebih layak untuk berbisnis sehingga menyebabkan kondisi pasar yang berubah dengan cepat (Alkhodary et al., 2022). Internet berperan penting dalam kehidupan, tidak hanya memperkenalkan metode baru bagi kita untuk berkomunikasi, tetapi juga merevolusi pengalaman berbelanja (Salameh et al., 2020). Perkembangan internet secara pesat telah menjadi pendorong utama pertumbuhan bisnis daring secara global. Sudut pandang alami, sosial, dan finansial sangat penting bagi divisi e-commerce, baik dari sudut pandang pengecer maupun pembeli. Pengecer kini tidak lagi bergantung pada etalase fisik untuk menjangkau konsumen, konsumen juga dapat membeli barang atau jasa dari

rumah atau tempat kerja mereka dengan nyaman (Oláh et al., 2019). Belanja online memberi konsumen akses cepat ke merek favorit yang diinginkan dan menghemat waktu dibandingkan dengan membeli di toko fisik (Aryani et al., 2021). Kebanyakan orang tidak suka berbelanja offline, karena e-commerce menyediakan berbagai pilihan dan juga kenyamanan bagi konsumen dengan harga pasar yang sama dan penawaran lebih banyak.

Pendapatan yang berasal dari sektor ekonomi digital terus mengalami pertumbuhan yang pesat. Sampai dengan Juli 2024 sektor ini telah memberikan kontribusi pajak yang signifikan. Dwi Astuti, Direktur Penyuluhan, Pelayanan, dan Humas DJP, mengungkapkan bahwa pemerintah mencatat penerimaan pajak dari sektor ekonomi digital mencapai Rp26,75 triliun pada 31 Juli 2024. (Pambudi, 2024). Karena pendapatan pajak yang berasal dari sektor digital mengalami pertumbuhan yang signifikan, pemerintah Indonesia telah berhasil menunjukkan kemajuan yang cukup besar dalam inisiatifnya yang bertujuan untuk memperluas basis pajak. Dengan adanya peningkatan pada bisnis online di Indonesia, perpajakan menjadi kewajiban yang harus dipenuhi. Pajak adalah salah satu faktor penting dalam pengelolaan pendapatan nasional. Kewajiban pajak ini berlaku karena penghasilan yang diperoleh dari transaksi e-commerce adalah dianggap sebagai sumber pendapatan dan harus dilaporkan ke otoritas pajak (Mulyani et al., 2023).

Tantangan optimalisasi kepatuhan pajak UMKM dalam ekosistem digital masih menjadi isu penting. Menurut B. Bawono Kristiaji, Partner of DDTC Fiscal Research & Advisory, terdapat berbagai kendala yang dihadapi, termasuk meningkatnya target penerimaan pajak setiap tahun, keterbatasan data dan sumber daya manusia otoritas pajak, serta kurangnya kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap pajak. Hal ini sering kali mendorong paradigma lama yang cenderung mengabaikan segmen UMKM, sebuah pendekatan yang perlu diubah. Selain itu, tantangan lainnya meliputi rendahnya literasi pajak pelaku UMKM dan tingginya biaya kepatuhan (Wicaksono, 2022). Pertumbuhan bisnis online telah menimbulkan kekhawatiran tentang penegakan kebijakan perpajakan di berbagai yurisdiksi hukum dan potensi penghindaran pajak (Argilés-Bosch et al., 2020). Perlunya integrasi kepatuhan perpajakan yang lebih besar ke dalam aplikasi dan operasi e-commerce untuk mengatasi tantangan menegakkan kebijakan perpajakan (Scarcella, 2020).

Kecenderungan warga negara untuk memenuhi kewajiban pajak mereka selalu menarik perhatian, terutama dalam situasi dimana pemerintah menghadapi kendala fiskal yang signifikan dan mengalami penurunan pendapatan negara yang berasal dari pajak. Dalam kondisi seperti ini, pemerintah berupaya mencari dan menerapkan pendekatan yang tepat untuk mendorong ketaatan wajib pajak agar dapat menjaga penyelenggaraan pelayanan publik dan kesejahteraan masyarakat (Scarcella, 2020). Ketika wajib pajak memenuhi membayar pajak negara, mereka dikatakan patuh (Prawira et al., 2019). Penting bagi pihak berwenang mengevaluasi berbagai faktor yang mempengaruhi agar tingkat kepatuhan yang diinginkan tercapai. Saat ini, pemerintah di berbagai negara semakin besar dan perlu mengumpulkan lebih banyak pajak untuk membiayai kegiatan negara. Namun, pemerintah mengalami kesulitan dalam mengumpulkan pajak yang dibutuhkan karena berbagai alasan, salah satunya adalah ketidakpatuhan wajib pajak (Nguyen, 2022). Untuk memenuhi target kepatuhan wajib pajak tercapai, Direktorat Jendral Pajak (DJP) terdapat berbagai alternatif yang dapat ditempuh. Salah satu upaya untuk meningkatkan pendapatan negara melalui pajak adalah dengan merancang program yang mempermudah masyarakat dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya (Anggadini et al., 2022).

Banyak masalah klasik dalam keuangan publik menyangkut luasnya basis pajak, ruang lingkup untuk penghindaran pajak, biaya administrasi dan kepatuhan, serta respons perilaku perusahaan dan individu, dan kesetaraan distribusi pendapatan di seluruh pemerintah daerah. Bisnis online dan konsumsi layanan digital yang menimbulkan banyak tantangan bagi sistem fiskal di seluruh dunia adalah aplikasi menarik dari masalah-masalah klasik ini (Agrawal & Fox, 2021). Sanksi perpajakan diterapkan untuk mendorong wajib pajak agar menyadari dan memenuhi kewajiban perpajakannya. Bentuk sanksi ini berupa sanksi administratif seperti denda, bunga, serta sanksi pidana yang diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepatuhan pajak. Dalam kasus tertentu, sanksi pidana bahkan dapat berujung pada penahanan. Pengenaan sanksi ini berlaku atas pelanggaran terhadap peraturan dan perundang-undangan perpajakan, di mana tingkat pelanggaran berkaitan erat dengan besarnya hukuman yang dijatuhkan (Pihany & Andriani, 2022).

Apabila kesadaran pajak pada setiap warga negara berkembang, maka kepatuhan warga negara dalam melaksanakan kewajiban pajak juga akan berkembang (Ratnawati

et al., 2019). Kesadaran pajak bermanfaat bagi warga negara karena meningkatkan pemahaman mereka terhadap sistem pajak untuk menghitung, membayar, dan melaporkan penghasilan mereka. Warga negara yang memiliki kesadaran pajak yang rendah cenderung akan ragu atau menghindari pembayaran pajak, baik secara sengaja maupun tidak sengaja (Hamid et al., 2022). Untuk membangun kesadaran dan kepatuhan sebagai warga negara, diperlukan pemahaman yang memadai tentang pemungutan pajak. Pengetahuan tentang pajak sangat penting bagi setiap warga negara. Dengan memiliki pemahaman yang memadai dan memadai, warga negara dapat mengetahui dan memperoleh arahan yang tepat, serta melaksanakannya dengan patuh (Hantono, 2021). Wajib pajak perlu memiliki sumber daya manusia yang mampu memahami dan menafsirkan sistem dan undang-undang pajak baru secara akurat untuk menghindari ketidakpatuhan. Setiap tahunnya, tingkat kepatuhan wajib pajak di Indonesia tampak mengalami peningkatan, meskipun masih dalam taraf yang sangat rendah. Hal ini terjadi karena masih ada sebagian masyarakat yang masih ragu-ragu atau merasa ragu dalam melaksanakan kewajiban perpajakannya. Selain itu, terdapat perbedaan informasi yang cukup signifikan terkait dengan peraturan dan ketentuan dalam peraturan perundang-undangan perpajakan. Meningkatnya tingkat informasi perpajakan dapat menyebabkan peningkatan tingkat kepatuhan perpajakan (Musimenta, 2020).

## **TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

### **Theory Planned Behavior**

Prinsip agregasi menyatakan bahwa sikap umum dan kepribadian individu memang memengaruhi perilaku, namun dampaknya baru terlihat jelas jika dianalisis dalam pola perilaku yang luas dan teragregasi, bukan hanya dalam satu situasi spesifik. Pengaruh sikap dan kepribadian terhadap perilaku tertentu umumnya bersifat tidak langsung melalui faktor situasional yang lebih relevan. Theory Planned Behavior (Ajzen, 1991) merupakan pengembangan lebih lanjut dari Theory of Reasoned Action dengan memasukkan perhitungan pengendalian perilaku yang tampak, untuk memperjelas bahwa tujuan seseorang merupakan indikator perilaku yang paling utama, tetapi kehendak yang bertujuan itu sendiri seolah-olah terwujud apabila orang tersebut memiliki pengendalian atas kegiatannya. Jadi, selain niat, pengendalian atas perilaku

juga merupakan perhitungan yang penting dalam memutuskan apakah seseorang akan benar-benar melakukan suatu kegiatan.

### **Teori Atribusi**

Teori atribusi merupakan inti dari proses persepsi manusia yang menjelaskan bagaimana individu menghubungkan pengalaman subjektif mereka dengan objek di lingkungan melalui rekonstruksi kognitif. Menurut Heider, manusia secara alami mencari penyebab di balik perilaku, baik dalam memahami orang lain maupun diri sendiri. Atribusi dibagi menjadi dua jenis, yaitu atribusi personal yang mengaitkan perilaku dengan faktor internal seperti niat, kepercayaan, dan motivasi, serta atribusi impersonal yang mengaitkannya dengan faktor eksternal seperti situasi atau kondisi lingkungan (Sulbahri & Kusuma, 2024). Proses ini menjadi dasar pembentukan persepsi sosial, di mana individu terus berusaha menafsirkan dan memahami tindakan orang lain melalui penilaian terhadap penyebab yang mendasarinya (Sulbahri & Kusuma, 2024).

### **Pengaruh Penerapan Sanksi Pajak terhadap Tingkat Kepatuhan Wajib Pajak Bisnis Online**

Sanksi perpajakan terkait erat dengan theory of planned behavior konsep control belief, khususnya keyakinan individu dalam kehadiran komponen yang dapat mendukung atau menghalangi perilaku mereka. Dalam hal ini, control belief berperan dalam membentuk pandangan wajib pajak mengenai sejauh mana mereka mampu atau terdorong untuk mematuhi peraturan pajak (Ajzen, 1991). Berdasarkan teori pengambilan keputusan, penerapan sanksi yang berat sering dipandang sebagai langkah yang efektif untuk mendorong kepatuhan pajak. Dengan sanksi yang tegas, wajib pajak diharapkan merasa terdorong untuk memenuhi komitmennya guna menghindari akibat yang negatif. Sanksi yang diberikan bukan hanya untuk memberikan dampak yang menghambat, tetapi juga untuk mendorong wajib pajak agar mematuhi arahan yang ada (Mulyati & Ismanto, 2021). Riset yang telah dijalankan oleh Cahyani menunjukkan bahwa adanya sanksi perpajakan memiliki dampak dalam memengaruhi tingkat ketaatan pajak (Cahyani & Noviari, 2019). Temuan ini diperkuat oleh studi dari Pihany dan Andriani yang mengungkapkan bahwa penerapan sanksi kepada wajib pajak terbukti efektif dalam peningkatan kepatuhan dalam beberapa perspektif (Pihany & Andriani, 2022).

### **Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Bisnis Online**

Prinsip agregasi dan Theory of Planned Behavior (TPB) membantu untuk mengklarifikasi tingkat pemahaman dan kepedulian pelaku bisnis online dalam memenuhi kewajiban perpajakannya. Prinsip agregasi menekankan bahwa sikap umum, seperti kesadaran pajak, memengaruhi perilaku patuh, namun dampaknya lebih terlihat dalam pola perilaku yang konsisten daripada tindakan tunggal. Dalam teori ini menjadi penentu utama perilaku, yang dipengaruhi oleh kesadaran pajak sebagai motivasi dasar. Namun, niat tersebut hanya akan diwujudkan jika didukung oleh kontrol perilaku yang dirasakan, seperti pemahaman aturan pajak, akses mudah ke sistem pembayaran, dan dukungan teknologi. Oleh karena itu, meningkatkan kesadaran dan mengatasi hambatan eksternal menjadi kunci untuk mendorong kepatuhan pajak yang berkelanjutan di kalangan pelaku bisnis online. Hal ini diperkuat oleh hasil penelitian Zanaria dan Lestari yang menunjukkan bahwa tingkat kesadaran perpajakan secara nyata memberikan andil dalam mendorong ketaatan para wajib pajak (Zanaria & Lestari, 2020).

### **Pengetahuan Perpajakan Berperan Sebagai Moderator Dalam Hubungan Antara Sanksi Pajak dan Kepatuhan Pelaku Bisnis Online**

Teori atribusi menjelaskan bagaimana manusia menelusuri alasan yang mendasari suatu tindakan atau perilaku berdasarkan proses kognitif yang menghubungkan pengalaman subjektif dengan faktor internal (atribusi personal) atau eksternal (atribusi impersonal) (Hasanah et al., 2024) Dalam konteks pemungutan pajak, hipotesis ini relevan untuk memperjelas hubungan antara tarif pajak, informasi taksiran, dan kepatuhan wajib pajak. Sanksi perpajakan sebagai faktor eksternal memiliki potensi untuk memengaruhi tingkat kepatuhan para wajib pajak, tetapi kecukupannya bergantung pada tingkat informasi tarif yang tersedia bagi masyarakat. Wajib pajak dengan informasi taksiran yang baik cenderung melihat sanksi sebagai pembaruan tugas mereka (atribusi personal), sehingga meningkatkan kepatuhan. Sebaliknya, mereka yang memiliki pengetahuan rendah lebih mungkin memandang sanksi sebagai tekanan eksternal (atribusi impersonal), yang berpotensi memicu resistensi. Pengetahuan pajak berperan sebagai variabel moderasi yang memperkuat pengaruh sanksi, sebab melalui pemahaman yang memadai, wajib pajak mampu mempertimbangkan konsekuensi secara logis sehingga mendorong peningkatan kepatuhan. Oleh karena itu, edukasi dan

literasi pajak menjadi kunci dalam memastikan sanksi berfungsi optimal untuk mendorong perilaku patuh.

### **Pengetahuan Perpajakan Berperan Sebagai Moderator Dalam Hubungan Antara Kesadaran Pajak dan Kepatuhan Pelaku Bisnis Online**

Konsep atribusi menyatakan bahwa manusia memahami penyebab perilaku berdasarkan faktor internal (atribusi personal) atau eksternal (atribusi impersonal). Dalam konteks perpajakan, kesadaran pajak mencerminkan atribusi personal, di mana individu menganggap kewajiban membayar pajak sebagai tanggung jawab moral dan sosial. Kesadaran ini mendorong kepatuhan dengan didukung nilai-nilai seperti integritas dan kontribusi terhadap masyarakat. Namun, hubungan ini dipengaruhi oleh pengetahuan pajak sebagai variabel moderasi. Individu dengan pengetahuan pajak yang baik cenderung memahami kewajiban pajak secara rasional, memperkuat atribusi personal yang mendorong kepatuhan. Sebaliknya, kurangnya pengetahuan pajak dapat mengarah pada atribusi impersonal, di mana pajak dianggap sebagai beban yang dipaksakan oleh faktor eksternal, sehingga melemahkan efek kesadaran pajak terhadap kepatuhan. Dengan demikian, wawasan perpajakan memiliki peran krusial dalam meningkatkan dampak kesadaran pajak terhadap tingkat kepatuhan. Upaya meningkatkan kepatuhan wajib pajak memerlukan kombinasi antara peningkatan kesadaran dan pengetahuan pajak agar individu dapat memenuhi kewajibannya dengan pemahaman dan tanggung jawab yang lebih baik.

### **Hipotesis Penelitian**

H1 : Dampak Penerapan Sanksi Perpajakan terhadap Tingkat Kepatuhan Pelaku Usaha dalam Bisnis Online

H2 : Dampak Tingkat Kesadaran Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pelaku Bisnis Online

H3 : Pengetahuan tentang Pajak Berperan Sebagai Moderator dalam Hubungan Antara Sanksi Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak pada Bisnis Online

H4 : Pengetahuan tentang Pajak Berperan Sebagai Moderator dalam Hubungan Antara Kesadaran Pajak dan Kepatuhan Wajib Pajak pada Bisnis Online

### **METODE PENELITIAN**

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses

penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020:229). Penelitian ini menerapkan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memberikan representasi objektif terhadap fenomena yang diteliti melalui pengolahan data dalam bentuk angka. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yang dikumpulkan secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang telah ditentukan berdasarkan kriteria tertentu. Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup wajib pajak pelaku usaha bisnis online yang menjalankan aktivitas usahanya melalui platform Shopee dan berdomisili di wilayah Kota Malang. Mengacu pada informasi dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Malang tahun 2024 jumlah Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di wilayah tersebut tercatat sebanyak 29.058 unit usaha. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Adapun kriteria pemilihan responden meliputi:

1. Orang pribadi atau badan yang memiliki usaha online di platform Shopee,
2. Berdomisili dan menjalankan usahanya di wilayah Kota Malang
3. Telah menjalankan usahanya minimal selama 1 tahun terakhir.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini mengacu pada pedoman yang dikemukakan oleh (Hair Jr. et al., 2022) yang menyarankan bahwa ukuran sampel minimal dapat diperoleh dengan mengalikan jumlah indikator penelitian dengan angka 10. Dalam konteks penelitian ini, terdapat 13 indikator yang merepresentasikan variabel-variabel yang dianalisis, sehingga jumlah minimum responden yang dibutuhkan adalah:

$$n = 13 \times 10$$

$$n = 130 \text{ responden}$$

Instrumen ini menggunakan skala *Likert* lima poin, dengan rentang penilaian mulai dari skor 1 yang menunjukkan “sangat tidak setuju” hingga skor 5 yang menunjukkan “sangat setuju”. Untuk analisis data, digunakan pendekatan *Partial Least Squares* (PLS) dalam kerangka *Structural Equation Modeling* (SEM), yang dinilai sesuai untuk menguji keterkaitan antar variabel laten dalam model penelitian yang kompleks. Model analisis PLS terdiri atas dua komponen utama, yaitu outer model (model pengukuran) serta inner model (model struktural).

## HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

## Uji Outer Model

Outer Model menggambarkan keterkaitan antara konsep yang bersifat abstrak (variabel laten) dengan item pertanyaan atau pernyataan yang digunakan sebagai alat ukur (indikator). Berdasarkan pedoman yang diberikan oleh (Hair Jr. et al., 2022) dalam buku mereka berjudul “Aplikasi SmartPLS untuk Statistisi Pemula”, panduan untuk melakukan uji outer model dijelaskan sebagai berikut:

### a. Validitas Konvergen (*Convergent Validity*)

Untuk menilai validitas konvergen, dapat dilakukan dengan memeriksa nilai Outer Loading dan *Average Variance Extracted* (AVE). Instrumen dianggap memenuhi kriteria pengujian jika nilai outer loading  $> 0.7$ . Pada tabel 1 seluruh variabel yang diukur dalam penelitian ini yaitu Sanksi Pajak (X2), Kesadaran Pajak (X3), Kepatuhan Wajib Pajak (Y), dan Pengetahuan Pajak (Z) memiliki nilai loading factor yang memenuhi kriteria validitas konvergen sehingga instrumen yang diaplikasikan dalam kajian ini telah memenuhi kriteria representative falm menilai variabel laten yang dimaksudkan.

### b. Average Variance Extracted (AVE)

Nilai kuadrat dari average variance extracted (AVE) menampilkan angka yang lebih besar daripada korelasi konstruk laten yakni melebihi 0.5. Berdasarkan tabel 2 Dapat disimpulkan bahwa sanksi pajak, kesadaran pajak, kepatuhan wajib pajak bisnis online dan pengetahuan pajak menunjukkan nilai AVE diatas 0.5. Nilai tersebut mencerminkan bahwa indikator-indikator yang mengukur variabel tersebut dinyatakan valid.

### c. Uji reliabilitas

Uji reliabilitas berfungsi untuk menilai kepresisian, keselarasan, dan keandalan alat ukur dalam mengevaluasi suatu konsep. Dalam pengujian reliabilitas terdapat dua parameter utama yang dimanfaatkan mencakup cronbach's alpha serta composite reliability, dengan masing-masing nilai yang diperoleh memuaskan apabila melampaui 0.70. Tabel 3 menunjukkan semua variabel yaitu XI, X2, Y, dan Z dalam kajian ini mencerminkan tingkat reliabilitas yang melampaui.

## Inner Model

Evaluasi model struktural bertujuan utama untuk menilai sejauh mana model tersebut mampu menggambarkan hubungan antar variabel. R-square digunakan sebagai

alat untuk mengukur tingkat kecocokan model secara keseluruhan, sementara koefisien jalur dan uji t-statistik dimanfaatkan untuk menentukan signifikansi pengaruh dari masing-masing variabel independen (Sihombing & Arsani, 2022).

#### **a. R-Square**

Koefisien determinasi untuk konstruk yang bersifat endogen adalah nilai R-Square. Biasanya, nilai R-Square adalah 0,19 (lemah), 0,33 (sedang), dan 0,67 (kuat). Tingkat pengaruh variabel yang memengaruhi variabel yang terpengaruh ditunjukkan oleh koefisien determinasi (*R-Square Adjusted*). Apakah ada dampak signifikan dari variabel laten independen tertentu pada variabel laten dependen dapat ditentukan dengan melihat perubahan nilai R-Square.

Pada tabel 4 nilai R-square tersebut mengimplikasikan bahwa kepatuhan wajib pajak bisnis online sebagai variabel endogen dapat dipengaruhi oleh variabel eksogen dalam proporsi sebesar 86.6%, sedangkan sisa 13.4% ditentukan oleh variabel lain yang tidak dicantumkan dalam kajian ini. Berdasarkan nilai R-square yang tertera sebesar 0.866, model yang dianalisis dalam penelitian ini dapat diklasifikasikan ke dalam kategori pengaruh yang signifikan.

#### **b. Uji Hipotesis**

Nilai T-Statistik dan Nilai-P yang signifikan dari pengukuran digunakan untuk menilai penerimaan hipotesis penelitian. Jika nilai P kurang dari 0.05 dan nilai T-Statistik lebih dari 1.96 hipotesis dianggap dapat diterima.

Berdasarkan tabel 5 tersebut, berikut adalah kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini:

1. Penerapan sanksi perpajakan memberikan dampak yang signifikan terhadap tingkat kepatuhan pajak pelaku bisnis online, sebagaimana dibuktikan oleh nilai P ( $0.000 < 0.05$ ), yang mendukung hipotesis pertama.
2. Tingkat kesadaran pajak terbukti memiliki dampak signifikan terhadap tingkat kepatuhan wajib pajak bisnis online, berdasarkan P-value ( $0.008 < 0.05$ ) yang memperkuat hipotesis kedua.
3. Pengetahuan pajak terbukti dapat memoderasi dampak sanksi pajak terhadap kepatuhan wajib pajak bisnis online sebagaimana ditunjukkan oleh P-value ( $0.005 < 0.05$ ) pada tabel. Dengan demikian, hipotesis ketiga terbukti mendukung.

4. Pengetahuan pajak tidak berperan sebagai moderator dalam mempengaruhi keterkaitan antara kesadaran pajak dengan kepatuhan wajib pajak bisnis online, hal ini terlihat dari P-value ( $0.988 > 0.05$ ) pada tabel. Oleh karena itu, hipotesis keempat tidak terbukti.

### KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis pada bagian sebelumnya, berikut adalah kesimpulan yang dapat disimpulkan:

1. Sanksi perpajakan terbukti memiliki pengaruh signifikan dan dapat secara langsung meningkatkan tingkat kepatuhan wajib pajak yang menjalankan bisnis online.
2. Kesadaran pajak juga memberikan pengaruh signifikan yang langsung berkontribusi pada peningkatan kepatuhan wajib pajak bisnis online.
3. Pengetahuan pajak berperan dalam memoderasi keterkaitan antara sanksi perpajakan dengan tingkat kepatuhan wajib pajak bisnis online, sehingga memperkuat dampak sanksi terhadap tingkat kepatuhan.
4. Namun, pengetahuan pajak tidak berfungsi sebagai variabel moderasi dalam hubungan antara kesadaran perpajakan dan tingkat kepatuhan wajib pajak bisnis online, yang berarti tidak memperkuat pengaruh kesadaran terhadap kepatuhan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, D. R., & Fox, W. F. (2021). Taxing Goods and Services in a Digital Era. In *National Tax Journal* (Vol. 74, Issue 1). <https://doi.org/10.1086/712913>
- Ajzen, I. (1991). The Theory of Planned Behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Alkhodary, D., Abu-Alsondos, I. A., Ali, B. J. A., Shehadeh, M., & Salhab, H. A. (2022). Visitor Management System Design and Implementation during the Covid-19 Pandemic. *Information Sciences Letters*, 11(4), 1059–1067. <https://doi.org/10.18576/isl/110406>
- Anggadani, S. D., Surtikanti, S., Bramasto, A., & Fahrana, E. (2022). Determination of Individual Taxpayer Compliance in Indonesia: a Case Study. *Journal of Eastern European and Central Asian Research*, 9(1), 129–137. <https://doi.org/10.15549/jeecar.v9i1.883>
- Argilés-Bosch, J. M., Somoza, A., Ravenda, D., & García-Blandón, J. (2020). An Empirical Examination of The Influence of e-Commerce on Tax Avoidance in Europe. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 41. <https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2020.100339>
- Aryani, D. N., Nair, R. K., Hoo, D. X. Y., Hung, D. K. M., Lim, D. H. R., Chandran, D. A. R., Chew, W. P., & Desai, A. (2021). A Study on Consumer Behaviour: Transition from Traditional Shopping to Online Shopping During the COVID-19 Pandemic. *International Journal of Applied Business and International*

- Management*, 6(2), 81–95. <https://doi.org/10.32535/ijabim.v6i2.1170>
- Cahyani, L. P. G., & Noviari, N. (2019). Pengaruh Tarif Pajak, Pemahaman Perpajakan, dan Sanksi Perpajakan Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak UMKM. *E-Jurnal Akuntansi*, 1885. <https://doi.org/10.24843/eja.2019.v26.i03.p08>
- Disemadi, H. S., & Prasetyo, D. (2021). Tanda Tangan Elektronik pada Transaksi Jual Beli Online: Suatu Kajian Hukum Keamanan Data Konsumen di Indonesia. *Wajah Hukum*, 5(1), 13. <https://doi.org/10.33087/wjh.v5i1.300>
- Guna, W. I., Amini, S. A., Firmansyah, A., & Trisnawati, E. (2022). Kepatuhan Wajib Pajak Badan Selama Era Pandemi Covid 19: Insentif Pajak, Sosialisasi Perpajakan dan Kesadaran Wajib Pajak. *JURNAL PAJAK INDONESIA (Indonesian Tax Review)*, 6(2S), 613–625. <https://doi.org/10.31092/jpi.v6i2s.1834>
- Hair Jr., J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2022). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*.
- Hamid, N. A., Ismail, I. S., Yunus, N., Jali, M. N., & Rosly, A. S. (2022). Taxpayer Perceptions of Tax Awareness, Tax Education, and Tax Complexity among Small and Medium Enterprises in Malaysia: A Quadrant Analysis Approach. *Universal Journal of Accounting and Finance*, 10(1), 231–242. <https://doi.org/10.13189/ujaf.2022.100124>
- Hantono. (2021). The Impact Tax Knowledge, Tax Awareness, Tax Morale Toward Tax Compliance Boarding House Tax. *International Journal of Research - GRANTHAALAYAH*, 9(1), 49–65. <https://doi.org/10.29121/granthaalayah.v9.i1.2021.2966>
- Hasanah, S. A. N., Agustina, D., Ningsih, O., & Nopriyanti, I. (2024). Teori Tentang Persepsi dan Teori Atribusi Kelley. *CiDEA Journal*, 3(1), 44–54. <https://doi.org/10.56444/cideajournal.v3i1.1810>
- Mulyani, S., Suparno, S., & Sukmariningsih, R. M. (2023). Regulations and Compliance in Electronic Commerce Taxation Policies: Addressing Cybersecurity Challenges in the Digital Economy. *International Journal of Cyber Criminology*, 17(2), 133–146. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4766709>
- Mulyati, Y., & Ismanto, J. (2021). Pengaruh Penerapan E-Filing, Pengetahuan Pajak dan Sanksi Pajak terhadap Kepatuhan Wajib Pajak pada Pegawai Kemendikbud. *JABI (Jurnal Akuntansi Berkelanjutan Indonesia)*, 4(2), 139–155. <https://doi.org/10.32493/jabi.v4i2.y2021.p139-155>
- Musimenta, D. (2020). Knowledge Requirements, Tax Complexity, Compliance Costs and Tax Compliance in Uganda. *Cogent Business and Management*, 7(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2020.1812220>
- Nguyen, T. H. (2022). The Impact of Non-Economic Factors on Voluntary Tax Compliance Behavior: A Case Study of Small and Medium Enterprises in Vietnam. *Economies*, 10(8). <https://doi.org/10.3390/economies10080179>
- Oláh, J., Kitukutha, N., Haddad, H., Pakurár, M., Máté, D., & Popp, J. (2019). Achieving Sustainable e-Commerce in Environmental, Social and Economic Dimensions by Taking Possible Trade-Offs. In *Sustainability (Switzerland)* (Vol. 11, Issue 1). MDPI. <https://doi.org/10.3390/su11010089>
- Pambudi, R. (2024). *Pajak Ekonomi Digital RI Capai Rp26,75 Triliun hingga Juli 2024, Segini Kontribusi Kripto, Pinjol, dan E-Commerce*.
- Pawama, S. D., Sondakh, J. J., Warongan, J. D. L., Studi, P., Akuntansi, M., Ekonomi, F., Bisnis, D., Ratulangi, S., Kampus, J., & Bahu, U. (2021). Pengaruh Kesadaran Wajib Pajak, Transparansi Pajak Dan Penggunaan Aplikasi E-Filing Terhadap

- Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi Pada Umkm Di Kota Manado. *Jurnal Riset Akuntansi Dan Auditing "GOODWILL*, 12(2), 167–178.
- Pihany, A. W., & Andriani, S. (2022). Tax Morale, Religiusitas, dan Sanksi Pajak Terhadap Tax Compliance Pada WPOP di Organisasi Nahdlatul Wathan. *Ekonomi, Keuangan, Investasi Dan Syariah (EKUITAS)*, 3(4), 702–710. <https://doi.org/10.47065/ekuitas.v3i4.1562>
- Prawira, I. F. A., Kustiawan, M., Zulhaimi, H., & Solikin, I. (2019). Tax knowledge , Tax Morale , and Tax Compliance : Taxpayers ' View. *The International Journal of Business Management and Technology*, 3(1), 10–15. [www.theijbmt.com](http://www.theijbmt.com)
- Ratnawati, V., Sari, R. N., & Sanusi, Z. M. (2019). Education, Service Quality, Accountability, Awareness, and Taxpayer Compliance: Individual Taxpayer Perception. *International Journal of Financial Research*, 10(5), 420–429. <https://doi.org/10.5430/ijfr.v10n5p420>
- Salameh, A. A., Abu-AlSondos, I. A., Ali, B. J. A., & Alsaahli, A. F. (2020). From Citizens Overview: Which Antecedents' Can Assist to Increase Their Satisfaction Towards the Ubiquity of Mobile Commerce Applications? *International Journal of Interactive Mobile Technologies*, 14(17), 45–55. <https://doi.org/10.3991/ijim.v14i17.16589>
- Scarcella, L. (2020). E-Commerce and Effective VAT/GST Enforcement: Can Online Platforms Play a Valuable Role? *Computer Law and Security Review*, 36. <https://doi.org/10.1016/j.clsr.2019.105371>
- Sihombing, P. R., & Arsani, A. M. (2022). *Aplikasi Minitab Untuk Statistisi Pemula* (IssueMarch). <https://www.researchgate.net/publication/359053660>
- Sulbahri, R. A., & Kusuma, G. S. M. (2024). Pengaruh Penerapan E-Filing terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi dengan Sosialisasi Perpajakan sebagai Variabel Moderating. *Bandung Conference Series: Accountancy*, 4(1), 14–24. <https://doi.org/10.29313/bcsa.v4i1.11961>
- Wicaksono, K. A. (2022). Tantangan Kepatuhan Pajak UMKM Sektor Digital, Tak Ada SolusiTunggal.*DDTCNews*. <https://news.ddtc.co.id/berita/nasional/43347/tantangan-kepatuhan-pajak-umkm-sektor-digital-tak-ada-solusi-tunggal>
- Zanaria, Y., & Lestari, A. A. (2020). *The Influence of Tax Comprehension, Tax Awareness and Tax Sanctions Toward Tax Obedience of SME's*. 436(2010), 916–921. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200529.193>
- Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

## GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

Tabel 1. *Convergent Validity*

Sanksi Pajak (X1)	SP 1.1	0.812
	SP 1.2	0.847
	SP 1.3	0.862
Kesadaran Pajak (X2)	KP 2.1	0.920

	KP 2.2	0.931
	KP 2.3	0.930
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	KWP 1	0.799
	KWP 2	0.891
	KWP 3	0.877
	KWP 4	0.842
Pengetahuan Pajak (Z)	PP 1	0.832
	PP 2	0.847
	PP 3	0.824

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Tabel 2. *Average Variance Extracted*

Variabel	AVE
Sanksi Pajak (X1)	0.707
Kesadaran Pajak (X2)	0.859
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0.728
Pengetahuan Pajak (Z)	0.696

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Tabel 3. Uji reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Sanksi Pajak (X1)	0.792	0.798
Kesadaran Pajak (X2)	0.918	0.921
Kepatuhan Wajib Pajak (Y)	0.874	0.875
Pengetahuan Pajak (Z)	0.783	0.785

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Tabel 4. R-Square

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
Kepatuhan Wajib Pajak	0.866	0.860

Sumber: Diolah Peneliti (2025)

Tabel 5. Uji Hipotesis

Variabel	Original Sample (O)	T-statistics ( O/STDEV )	P-values
Sanksi Pajak > Kepatuhan Wajib Pajak Bisnis Online	0.275	3.645	0.000
Kesadaran Pajak > Kepatuhan Wajib Pajak Bisnis Online	0.187	2.638	0.008
Pengetahuan Pajak X Sanksi Pajak > Kepatuhan Wajib Pajak Bisnis Online	-0.173	2.826	0.005
Pengetahuan Pajak X Kesadaran Pajak > Kepatuhan Wajib Pajak Bisnis Online	-0.001	0.015	0.988

Sumber: Diolah Peneliti (2025)